

PERANCANGAN *MOTION GRAPHIC* PROGRAM “AYAH BUNDA BERKISAH” SEBAGAI KONTEN RADIO VISUAL SUARA MUSLIM SURABAYA

Dwi Mei Puspitoningrum¹, M. Ro'is Abidin, S.Pd., M.Pd.²

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Bahasa, Universitas Negeri Surabaya
dwi.18128@mhs.unesa.ac.id

²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Bahasa, Universitas Negeri Surabaya
roisabidin@unesa.ac.id

Abstrak

Seiring dengan pertumbuhan teknologi, media massa terus berkembang mengikuti kemajuan zaman. Media massa yang tidak mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi akan mulai tergeser dengan media massa lain. Salah satunya adalah radio. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen Consumer Media View di 11 kota di Indonesia hanya 37% masyarakat yang masih mengkonsumsi radio. Radio Suara Muslim merupakan salah satu radio di Surabaya yang terus beradaptasi mengikuti perkembangan zaman, salah satunya adalah dengan membuat radio visual Suaramuslimtv. Salah satu program radio yang menarik adalah program “Ayah Bunda Berkisah”. Program ini memiliki target audiens anak-anak berusia 8-12 tahun. Namun berdasarkan survei Radio Suara Muslim pada tahun 2020, mayoritas pendengar Radio Suara Muslim berusia diatas 41 tahun. Oleh karena itu, untuk mendapatkan audiens yang sesuai, program ini akan disiarkan pada radio visual di channel youtube Suaramuslimtv. Namun, untuk mengangkat program radio ke youtube diperlukan visualisasi berupa video. *Motion graphic* merupakan video yang cocok untuk memvisualkan program "Ayah Bunda Berkisah" karena lebih efektif untuk menyampaikan pesan dalam cerita ini. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan konsep dan proses perancangan *motion graphic* “Ayah Bunda Berkisah”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Proses perancangan video *motion graphic* ini menggunakan metode *design thinking*. Adapun hasil dari perancangan ini adalah video *motion graphic* dengan durasi 6 menit 42 detik. *Motion graphic* yang dirancang merupakan visualisasi program pada satu episode saja. *Motion graphic* pertama ini akan dijadikan sebagai uji coba, dimana evaluasi dan saran dapat digunakan untuk merancang visual yang lebih baik pada episode selanjutnya.

Kata kunci: *Motion Graphic*, Program Radio, Radio Visual

Abstract

Along with the growth of technology, the mass media continues to grow following the progress of the times. Mass media that are not able to adapt to technological advances will begin to be displaced by other mass media. One of them is radio. Based on the results of a survey by Nielsen Consumer Media View in 11 cities in Indonesia, only 37% of people still consume radio. Suara Muslim Radio is one of the radios in Surabaya that continues to adapt to the times, one of which is by making Suaramuslimtv visual radio. One of the interesting radio programs is “Ayah Bunda Berkisah”. However, this program has a target audience of 8-12 years old. This audience is different from radio listeners, the majority of whom are over 41 years old. Therefore, to get the right audience, this program will be broadcast on the Suaramuslimtv. To broadcast this program on YouTube, they need visualization in the form of a video. Motion graphic is a suitable video to visualize the program because it is effective in conveying the message in this story. This research aims to explain the concept and process of designing a motion graphic “Ayah Bunda Berkisah”. The method used in this research is qualitative method. The process of designing this motion graphic video uses the Design Thinking method. The result of this design is a motion graphic video with a duration of 6 minutes 42 seconds. The motion graphic designed is a visualization of the program only in one episode. This first motion graphic will be used as a trial, where evaluations and suggestions can be used to better design in the next episode.

Keywords: *Motion Graphic*, Radio Program, Visual Radio

PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa di era digital ini, manusia tidak lepas dari media massa. Salah satu media massa yang mempunyai peran besar dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan informasi, pendidikan, dan hiburan masyarakat adalah radio (Wati, 2013). Sejalan dengan pertumbuhan teknologi, media massa terus berkembang dan mulai menggeser posisi radio. Hal ini dibuktikan dari hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen Consumer Media View di 11 kota di Indonesia (Jakarta, Jogjakarta, Bandung, Surakarta, Semarang, Surabaya, Denpasar, Palembang, Medan, Makassar dan Banjarmasin) pada tahun 2017. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa media yang paling banyak dikonsumsi masyarakat adalah Televisi dengan prosentase 96%, kemudian Media Luar Ruang dengan prosentase sebesar 53%, Internet dengan prosentase 44%, Radio dengan prosentase 37%, Koran dengan prosentase 7%, Tabloid dan Majalah dengan prosentase 3% (Nielsen, 2017). Berdasarkan data tersebut, radio masih menjadi salah satu media yang diminati oleh masyarakat. Akan tetapi eksistensi radio mengalami tantangan untuk bersaing dengan media lain. Oleh karena itu radio perlu beradaptasi dan menciptakan inovasi-inovasi baru demi mempertahankan eksistensinya (Hastiti, 2017).

Radio Suara Muslim merupakan radio islami di Surabaya, Lumajang, dan Tuban yang memiliki jumlah pendengar terbanyak ke-3 segerbangertosusilapas (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan, dan Pasuruan) menurut hasil riset AC Nielsen wave III 2020. Suara Muslim merupakan salah satu radio yang terus beradaptasi menciptakan inovasi-inovasi menarik untuk terus berkembang mengikuti pertumbuhan teknologi. Salah satunya adalah menciptakan Radio Visual bernama Suaramuslimtv yang dirilis di youtube pada tahun 2017. Radio yang merupakan media auditif (hanya bisa didengar) tentu akan mendapatkan tantangan khusus ketika berinovasi pada media visual.

Mayoritas pendengar radio Suara Muslim adalah dewasa dengan usia diatas 40 tahun. Hal ini dapat diketahui dari hasil kuesioner

terhadap 400 pendengar Suara Muslim pada tahun 2020. Hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa 36% pendengar Suara Muslim berusia 41-50 tahun, 27% pendengar berusia diatas 51 tahun, 20% berusia 31-40 tahun, 14% berusia 21-30 tahun, dan 4% berusia dibawah 20 tahun. Berdasarkan hasil wawancara kepada crew radio Suara Muslim, sebuah media perlu mempersiapkan strategi dalam mempertahankan eksistensinya di masa mendatang. Perlu adanya inovasi untuk mengenalkan radio Suara Muslim pada masyarakat dengan usia dibawah 30 tahun, agar memiliki regenerasi pendengar di masa depan. Salah satu cara yang telah dilakukan adalah dengan adanya radio visual. Radio visual merupakan program radio yang dapat dinikmati dalam bentuk visual. Radio visual ini memanfaatkan media online berupa Youtube, Instagram, Facebook, dan media sosial lainnya untuk menampilkan visual dari program radio.

Radio Suara Muslim memiliki berbagai program siaran, mulai dari berita, talkshow, request ayat Al-Qur'an, sampai kisah-kisah islami. Program radio yang terbaru adalah program "Ayah Bunda Berkisah". Program ini berisi tentang seorang Ayah dan Bunda yang mendidik buah hatinya dengan menceritakan kisah-kisah Rasulullah. Program "Ayah Bunda Berkisah" ini memiliki target audiens anak-anak berusia 8-12 tahun. Namun Sebagian besar pendengar radio suara muslim adalah masyarakat berusia diatas 41 tahun. Sehingga target pendengar radio berbeda dengan target audiens dari progam ini. Oleh karena untuk mendapatkan target audiens yang tepat, maka diperlukan inovasi baru. Yaitu dengan memanfaatkan radio visual. Sehingga program ini tidak hanya disiarkan dalam bentuk audio saja tetapi juga dalam bentuk visual melalui media online. Media online yang dapat digunakan dalam menyiarkan radio visual ini adalah youtube. Namun untuk mengangkat program ini pada radio visual, diperlukan visualisasi berupa video.

Berdasarkan permasalahan diatas, *motion graphic* merupakan video yang sesuai untuk memvisualisasikan program "Ayah Bunda Berkisah". *Motion graphic* adalah media yang menggabungkan rekaman video dan atau

teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerakan. Kemudian mensinkronkan audio dan gambar (Betancourt, 2013). Adapun alasan pemilihan *motion graphic* sebagai media untuk memvisualisasikan program “Ayah Bunda Berkisah” adalah lebih efektif untuk menyampaikan pesan dalam cerita ini. Keefektifan video ini dapat dilihat dari cara penyampaian yang hanya menggunakan elemen-elemen grafis sederhana dan text untuk memperkuat penyampaian pesan. Selain itu *motion graphic* dapat memperkaya konten youtube SuaramuslimTV karena jenis video ini berbeda dari video-video sebelumnya.

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah yang diangkat dalam perancangan ini adalah bagaimana konsep perancangan, proses perancangan, dan visualisasi perancangan *motion graphic* program “Ayah Bunda Berkisah”. Perancangan ini bertujuan untuk menjelaskan konsep perancangan, proses perancangan dan visualisasi perancangan *motion graphic* “Ayah Bunda Berkisah” sebagai konten radio visual Suara Muslim. Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti untuk menerapkan ilmu *motion graphic* dan animasi yang telah diperoleh pada masa perkuliahan. Manfaat teoritis dari perancangan ini adalah dapat memberi pengetahuan mengenai proses perancangan *motion graphic* dan elemen-elemen yang perlu diperhatikan dalam membuat *motion graphic*. Sedangkan manfaat praktisnya adalah menjadi salah satu media untuk meningkatkan eksistensi radio visual Suara Muslim di kalangan masyarakat dan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat muslim dalam mengenal dan mencintai Rasulullah.

Program “Ayah Bunda Berkisah” ini merupakan program *storytelling* yang disiarkan dalam beberapa episode. Batasan masalah pada perancangan ini yaitu membuat *motion graphic* untuk satu episode sebagai uji coba. Durasi dari *motion graphic* ini sekitar 5-7 menit, sesuai dengan durasi program siaran.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2016).

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada proses perancangan *motion graphic* “Ayah Bunda Berkisah” ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama yang didapat secara langsung dari sumber aslinya berupa hasil wawancara, hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian (benda), dan hasil dari jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang). Wawancara dilakukan secara langsung kepada pihak radio. Wawancara ini berfungsi untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai program radio “Ayah Bunda Berkisah”, meliputi tujuan dan manfaat program ini, konsep visual yang diinginkan, target audiens yang ingin dicapai, platform yang digunakan sebagai radio visual.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara seperti buku, jurnal, website, catatan, serta bukti yang telah ada baik dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Data yang didapatkan dari studi literatur antara lain penelitian terdahulu yang relevan, program-program radio yang pernah divisualisasikan, serta kajian ilmu desain yang diperlukan dalam proses perancangan.

Alat yang dipergunakan untuk pelaksanaan proses pengumpulan data, meliputi:

1. Alat tulis, seperti buku catatan dan bolpoin untuk mencatat data dan informasi dari hasil wawancara dan observasi.
2. Laptop/PC untuk mencari data sekunder dari jurnal, *e-books*, atau sumber data lain yang dapat diakses melalui internet.
3. Kamera atau smartpone sebagai alat penunjang pengumpulan data dengan cara mendokumentasikannya.

Metode Analisis Data

Berdasarkan data yang telah terkumpul, dapat dianalisa dengan menggunakan teknik SWOT. SWOT merupakan teknik analisis data dengan mengevaluasi keunggulan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) dalam suatu project. Teknik SWOT ini digunakan untuk mengetahui perbandingan antara radio visual Suara Muslim dengan radio visual lainnya. Beberapa radio di Surabaya yang memiliki radio visual antara lain RRI, Suara Surabaya, SAS FM Surabaya, dan lainnya.

Kompetitor pertama dari radio Suara Muslim adalah radio Suara Surabaya. Radio ini disiarkan pada frekuensi FM 100. kelebihan dari radio ini antara lain adalah mengoptimalkan media sosial seperti instagram, tik tok, youtube dan media online lainnya. Radio ini juga memiliki channel radio visual di youtube dengan jumlah subscriber sebanyak 49.6 ribu. Selain itu kelebihan lainnya adalah selalu update informasi terbaru, terutama informasi di daerah Surabaya. akan tetapi kekurangan dari radio visual Suara Surabaya ini adalah konten yang dipublikasikan sebagian besar sama dengan konten berita yang dipublish di reels instagram.

Kompetitor kedua adalah RRI atau Radio Republik Indonesia Surabaya. RRI Surabaya ini juga sudah memiliki radio visual di kanal youtube dengan jumlah subscriber sebanyak 1,08 ribu. Kelebihan dari radio visual RRI Surabaya ini adalah tampilan video cukup menarik. Akan tetapi konten yang dipublikasikan sebagian besar adalah talk show dan update video sekitar seminggu sekali.

Kompetitor ketiga adalah SAS FM Surabaya. SAS FM Surabaya merupakan radio yang disiarkan dari Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya. Sama seperti radio Suara Muslim, SAS FM ini juga berperan sebagai media dakwah islam sehingga memiliki target audiens yang sama seperti Radio Suara Muslim. Program yang disajikan radio ini antara lain kajian islam, lagu-lagu religi, talk show interaktif, serta berita dan informasi. SAS FM juga memiliki radio visual di channel youtube yang bernama SAS FM Surabaya

dengan jumlah subscriber sebanyak 365 subscriber. Konten yang disajikan sebagian besar adalah konten talk show. Kekurangannya yang dimiliki dari radio visual SAS FM ini antara lain adalah video yang disiarkan hanya mengambil dari satu angel saja, sehingga video terlihat monoton dan kurang menarik. Selain itu konten yang dipublikasikan hanya konten talkshow di studio radio SAS FM Surabaya.

Ketiga radio di atas merupakan beberapa radio visual kompetitor Suaramuslimtv di daerah Surabaya. Berikut adalah analisa radio visual Suaramuslimtv dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

1. Keunggulan (*Strength*)

Keunggulan yang dimiliki Suara Muslim adalah menduduki peringkat ke-3 sebagai radio dengan jumlah pendengar terbanyak segerbangkertokusilapas (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan, dan Pasuruan) menurut riset AC Nielsen 2020. Selain itu suara muslim juga sudah memiliki channel youtube dengan subscriber sebanyak 24.6 ribu. Subscriber Suaramuslimtv ini lebih banyak dari RRI Surabaya dan SAS FM Surabaya.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Sebagai sebuah radio, Suara Muslim masih belum memiliki visualisasi program “Ayah Bunda Berkisah” untuk diposting di youtube. Selain itu, Radio Suara Muslim juga belum memiliki SDM khusus untuk membuat video.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang dimiliki dari program siaran radio ini adalah disukai banyak kalangan baik orang tua maupun anak-anak. Program “Ayah Bunda Berkisah” mendapatkan respon yang positif dan disukai para pendengar. Selain itu, belum ada kompetitor yang menyiarkan program radio dalam bentuk video *motion graphic*. Sehingga dapat menjadi produk baru yang berbeda dari lainnya.

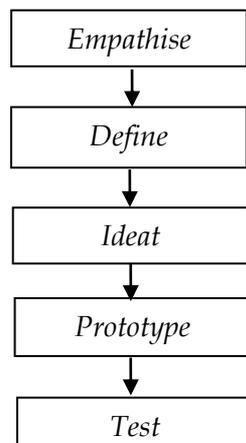
4. Ancaman (*Threat*)

Program “Ayah Bunda Berkisah” merupakan kisah dari dua orang tua yang menceritakan kisah-kisah Rasulullah kepada anaknya. *Motion graphic* tentang kisah-kisah Rasulullah memang belum pernah ada di radio

visual, namun motion graphic maupun animasi kisah nabawiyah sudah pernah ada di channel youtube lain, misalnya seperti yufid tv, film maker muslim, dan channel youtube lainnya.

Proses Perancangan

Proses perancangan yang digunakan adalah konsep *design thinking* dari Hasso Plattner Institute. *Design thinking* merupakan sebuah metode penyelesaian masalah dengan menggunakan pendekatan terhadap user untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi. Dalam menyelesaikan masalah, *design thinking* memahami kebutuhan user, menentukan masalah utama yang dihadapi, menciptakan ide-ide baru dengan *brainstorming*, membuat *prototype* dan melakukan *test*. *Design thinking* yang diusulkan oleh Hasso Plattner Institute memiliki lima tahapan, yaitu *empathise*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Berikut adalah bagan dari proses *design thinking*.



Bagan 1. Proses *design thinking*

1. *Empathise*

Pada proses *design thinking*, tahap pertama yang dilakukan adalah mendapatkan pemahaman empatik tentang masalah yang diselesaikan. *empathise* merupakan pusat dari proses desain, yang memahami kebutuhan dari klien. Menemukan masalah yang sedang dihadapi dan menggantinya lebih dalam. Pada tahap ini perancang mengumpulkan data sebanyak mungkin dari klien yaitu crew Radio Suara Muslim.

2. *Define*

Define merupakan tahap untuk mendapatkan kejelasan dan fokus permasalahan yang dihadapi. Pada tahap ini, perancang akan menganalisa seluruh data yang sudah didapatkan dan menyimpulkan satu masalah inti. Permasalahan utama yang dialami oleh Radio Suara Muslim Surabaya adalah belum memiliki visualisasi untuk program “Ayah Bunda Berkisah” untuk dipublikasikan di Youtube. Dimana program itu adalah salah satu program yang disukai dan mendapatkan respon positif dari para pendengar.

3. *Ideate*

Pada tahap ketiga ini, perancang dapat mulai menghasilkan ide. Setelah mengumpulkan data pada tahap *empathise* dan menganalisa pada tahap *define*, perancang dapat mulai mengumpulkan ide-ide kreatif untuk menyelesaikan masalah. Ide yang cocok untuk memvisualisasikan program “Ayah Bunda Berkisah” adalah *motion graphic*. Untuk merancang *motion graphic* dari program siaran radio, perancang perlu memahami cerita yang disampaikan. Kemudian mulai mencari konten apa saja yang perlu ditampilkan dalam bentuk text dan dalam bentuk gambar. Setelah itu, mulai merancang *storyboard*

4. *Prototype*

Ide yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya, dapat diimplementasikan pada tahap *prototype*. Pada tahap ini dimulai proses perancangan dan membuat elemen-elemen grafis yang selanjutnya akan digabungkan menjadi sebuah *motion graphic*.

5. *Test*

Test merupakan tahapan untuk menguji *prototype*. Meskipun berada pada tahap terakhir, namun proses ini dapat terus berulang. Perancang dapat menggunakan hasil *test* ini untuk mendefinisikan ulang satu atau lebih masalah. Sehingga perancang dapat kembali pada tahap sebelumnya untuk mengubah dan menyempurnakan produk yang telah dirancang. Pada tahap *test* ini perancang akan melakukan dua jenis validasi kepada para ahli, yaitu:

- a. Validasi visual, yaitu menguji kepada ahli pada bidang *motion graphic*. Validasi ini

bertujuan untuk menganalisa elemen-elemen berupa tipografi dan gambar yang terdapat pada video *motion graphic*.

- b. Validasi konten, yaitu mengujikan kepada ahli di bidang konten yaitu pihak Radio Suara Muslim. Validasi ini bertujuan apakah pesan sudah tervisualisasikan dengan baik atau belum.

KERANGKA TEORETIK

Motion Grafis

Secara bahasa *motion graphic* berasal dari bahasa Inggris. *Motion graphic* tersusun dari dua kata, yaitu *motion* yang memiliki arti gerak dan *graphic* yang berarti grafis. Sehingga secara sederhana, pengertian dari *motion graphic* adalah suatu gambar grafis yang dapat bergerak. *Motion graphic* adalah media yang menggabungkan rekaman video dan atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerakan. Kemudian mensinkronkan audio dan gambar. Dan semakin berkembang hingga adanya tipografi kinetik. (Betancourt, 2012)

Potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan desain grafis dan film merupakan *motion graphic*. Dalam membuat *motion graphic* dapat dilakukan dengan cara menggabungkan elemen-elemen seperti tipografi, animasi 2D dan 3D, film, video, fotografi, dan musik. Biasanya *motion graphic* digunakan sebagai title sequence (adegan pembuka) suatu film atau series TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar di sebuah siaran, animasi berbasis web, dll.

Prinsip-prinsip Motion Grafis

Dalam merancang *motion graphic*, terdapat beberapa prinsip dasar yang perlu diperhatikan, antara lain adalah:

1. Compositing

Dalam merancang *motion graphic* perlu memperhatikan komposisi, yakni menentukan elemen-elemen berupa visual, gambar, dan tipografi yang akan digunakan. Kemudian menyusunnya dan membentuk tata letak keseluruhan.

2. Frame

Objek-objek visual disusun di dalam frame dengan memperhatikan komposisi.

Desainer perlu menentukan bagaimana objek bergerak dalam frame. *Motion graphic* terbentuk dari satuan frame yang bergabung dalam menciptakan gerakan objek. Masing-masing frame menggambarkan setiap waktu pada *motion graphic* tersebut. Frame pada suatu layer 2 dimensi dibatasi oleh 4 sisi, yaitu: sisi kiri, sisi kanan, sisi atas, dan sisi bawah.

3. Flow

Dalam proses pembuatan *motion graphic*, desainer perlu membaca pergerakan elemen-elemen yang disusun dalam frame. Desainer perlu merasakan pesan yang disampaikan dalam *motion graphic* tersebut. Apakah elemen-elemen pada frame bergerak terlalu cepat? apakah informasi yang ditampilkan pada *motion graphic* bergerak terlalu lambat? Apakah informasi yang disampaikan pada alur tersebut terlalu banyak? Apakah ada tampilan visual yang tiba-tiba dapat memperlambat kecepatan audiens untuk memahami pesan yang disampaikan?

Apabila hal itu terjadi, maka ada sesuatu pada *motion graphic* tersebut yang membuat informasi sulit dipahami dan membuat audiens harus berfikir lebih keras untuk menerjemahkan informasi yang disampaikan. Hal tersebut berarti terdapat gangguan pada alur desain. Penyusunan frame dan pemakaian transisi dapat mempengaruhi alur penyampaian pesan. Sehingga bagaimana desainer menyusun frame dan membuat transisi dapat mempengaruhi pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan, serta dapat menimbulkan efek emosional bagi pembaca. Komposisi dan frame dapat digabungkan dengan menggunakan gaya transisi.

4. Transition

Transisi merupakan perpindahan dari satu sumber elemen ke elemen lain. Cut merupakan sebuah transisi instan dari satu sumber elemen ke sumber lain. Ini merupakan transisi standar yang sering dipakai dan dalam penggunaannya harus terlihat tidak terputus. Audiens tidak akan menyadari adanya pergantian sumber elemen, apabila transisi digunakan dengan benar. Ketika menggunakan transisi cut, informasi yang disampaikan pada sumber kedua harus berbeda dari sumber sebelumnya. Pada software editing, biasanya telah

menyediakan transisi, sehingga desainer hanya perlu drag & drop untuk memasukkan transisi pada video.

5. *Texture*

Penggunaan pola dan warna tertentu dalam desain dapat menciptakan tekstur visual. Tekstur ini dapat digunakan untuk memunculkan kesan kedalaman atau dimensi. Sehingga dapat menambah nilai keindahan suatu desain.

6. *Sound*

Suara dapat membuat audiens merespon secara emosional dan memberikan kesan pada hal-hal yang mereka lihat. Oleh sebab itu, desainer perlu memilih suara yang tepat dan dapat mendukung pesan yang akan disampaikan pada *motion graphic*. Suara ini dapat berupa instrument, musik, ataupun *voice over* untuk mendukung penyampaian pesan.

7. *Emotion*

Koneksi emosional merupakan cara terbaik agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat berkesan dan mudah diingat. Audiens biasanya mengingat potongan-potongan peristiwa yang mereka lihat dan mereka dengar. Namun, banyaknya peristiwa yang dilihat setiap membuat mereka menyaring informasi yang diperoleh. Sehingga sesuatu yang sering mereka lihat hanya bertahan beberapa saat saja. Berbeda ketika informasi disampaikan dengan menggunakan emosional audiens. Pesan yang dapat memicu sisi emosional audiens akan memberikan kesan yang membekas, sehingga informasi mudah diterima dan diingat.

8. *Inspiration*

Setiap desainer mendapatkan inspirasi dengan cara yang berbeda-beda. Inspirasi dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, di lingkungan sekitar, dapat melalui desain lain, alam, karya seni, cerita, desain furnitur, musik, dan lain-lain. Mayoritas desainer memiliki buku-buku desain yang beraneka ragam. Dan desainer seringkali menggunakan buku-buku tersebut sebagai sumber inspirasi. Inspirasi ide baru dapat muncul hanya dengan melihat sesuatu. Sehingga mengumpulkan referensi sebanyak mungkin seperti tulisan, gambar, atau objek menarik lain dapat mempermudah menemukan inspirasi.

Radio Visual Suara Muslim

Radio visual merupakan siaran radio yang disajikan dalam bentuk visual. Sehingga radio visual tidak hanya dapat dinikmati melalui audio saja, tetapi juga dapat dinikmati secara visual. Biasanya radio visual ini ditampilkan melalui live streaming youtube dan facebook. Atau ada juga yang menampilkan melalui website. Radio visual Suara Muslim disiarkan melalui Youtube, Facebook, dan Instagram. Terdapat beberapa program radio yang sudah mulai disiarkan secara visual, antar lain adalah sebagai berikut:

1. Ranah Publik

Ranah Publik merupakan program talk show yang disiarkan melalui live streaming Youtube. Program ini tayang setiap hari pukul 08.00-09.00 WIB. Pada program ini biasanya mendatangkan narasumber ke studio. Berikut merupakan tampilan visual program Ranah Publik bersama dengan narasumbernya.



Gambar 1. Tampilan visual program Ranah Publik (Sumber: Youtube Suaramuslimtv)

Selama pandemi covid ini narasumber dihubungi secara online dengan menggunakan zoom atau telephone. Berikut adalah tampilan visual siaran secara online.



Gambar 2. Tampilan visual program Ranah Publik
(Sumber: Youtube Suaramuslimtv)

2. Jelajah Al-Qur'an

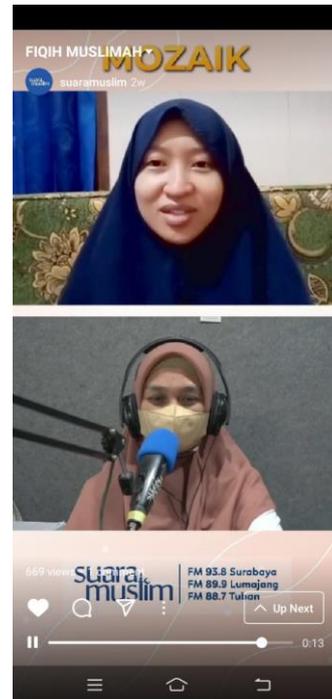
Jelajah Al-Qur'an merupakan program siara radio yang memberikan kesempatan kepada pendengar untuk request ayat dan qori'nya. Selain itu pendengar juga dapat memberikan salam-salam kepada keluarga, saudara, ataupun teman. Program ini tayang setiap hari pukul 09.00-11.00 WIB. Selain memberikan tampilan visual, program ini juga mengajak pendengar untuk berinteraksi melalui telephone, chat WA, voice note WA, dan chat ataupun komen di live chat youtube. Berikut merupakan tampilan visual dari program Jelajah Al-Qur'an di channel youtube suaramuslimtv.



Gambar 3. Tampilan visual program Jelajah Al-Qur'an
(Sumber: Youtube Suaramuslimtv)

3. Mozaik

Mozaik merupakan program radio yang selain disiarkan di udara, juga disiarkan melalui live instagram suara muslim. Setelah disiarkan secara live di Instagram, visual dari program ini juga akan diunggah di IGTV sehingga dapat ditonton kembali oleh audiens. Program ini menghadirkan satu narasumber yang akan membahas tentang ilmu-ilmu yang berkaitan dengan muslimah. Berikut merupakan tampilan radio visual program mozaik yang telah diunggah di IGTV.



Gambar 4. Tampilan visual program Mozaik
(Sumber: Instagram Suara Muslim)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perancangan dijelaskan sesuai dengan proses perancangan *design thinking*.

1. *Emphatise*

Pada tahap *emphatise* ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan klien. Data didapatkan dengan proses wawancara. Beberapa pertanyaan yang diajukan antara lain:

- Program apa yang disukai oleh pendengar?
- Program apa saja yang dipublikasikan di chanel youtube Suaramuslimtv?
- Apa saja platform yang digunakan untuk mempublikasikan visualisasi program siaran radio?
- Siapa target audiens dari radio suara muslim?
- Dimana saja *motion graphic* ini akan dipublikasikan?
- Kapan Radio Suara Muslim mulai merilis radio visual?
- Mengapa program "Ayah Bunda Berkisah" akan diangkat dan dipublikasikan di channel youtube Suaramuslimtv?

h. Bagaimana upaya radio dapat beradaptasi dengan pertumbuhan teknologi?

Selain pertanyaan diatas, juga terdapat pertanyaan lain yang diajukan secara spontan untuk mengetahui lebih dalam apa yang dibutuhkan oleh radio suara muslim. Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa radio suara muslim merupakan radio yang terus berusaha beradaptasi dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, radio tidak hanya terbatas pada siaran udara. Namun sudah mulai merambah pada siaran secara visual yang biasanya disebut radio visual. Salah satu program radio yang perlu diangkat untuk disiarkan secara visual adalah program “Ayah Bunda Berkisah”. Program ini perlu divisualisasikan karena target audiens yang kurang bisa dijangkau lebih luas apabila hanya disiarkan melalui radio saja.

2. Define

Pada tahap kedua ini didapatkan masalah inti yaitu perlunya membuat visualisasi program “Ayah Bunda Berkisah”. Visualisasi yang diharapkan memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Berdurasi sesuai rekaman radio, yaitu 5-8 menit
- b. Visualisasi berupa *motion graphic*
- c. Sesuai dengan target audiens.

Target audiens yang diinginkan sesuai dengan karakteristik berikut:

- a. Geografis: Masyarakat daerah Surabaya dan sekitarnya.
- b. Demografis: Anak-anak usia 8-12 tahun.
- c. Psikografis: Ceria, imajinatif, memiliki ketertarikan akan hal-hal baru.
- d. Behavior: Menyukai kisah-kisah inspiratif.

Visualisasi program radio ini akan ditayangkan pada *platform* YouTube Suaramuslimtv. Platform ini dipilih karena mudah diakses dan sudah digunakan suara muslim untuk menayangkan radio visual sejak tahun 2017.

3. Idea

Konsep Kreatif Perancangan

Program “Ayah Bunda Berkisah” adalah program radio yang sudah disiarkan sejak tahun 2021. Konsep cerita, alur, dan karakter tokoh sudah ditentukan. Sehingga dalam perancangan video *motion graphic* ini menyesuaikan dengan program siaran “Ayah Bunda Berkisah” yang telah dibuat. Hal ini membatasi perancang dalam membuat *motion graphic* tersebut, karena terpacu dengan audio yang sudah ada. Akan tetapi, keuntungan yang didapatkan perancang adalah audio memiliki kualitas yang bagus, suara jernih, serta editing audio menarik dan sudah disertai *sound effect* yang mampu menghidupkan imajinasi. Hal ini memudahkan perancang karena tidak perlu merancang konsep cerita dan tidak perlu melakukan editing audio.

a. Tema

Program “Ayah Bunda Berkisah” yang akan divisualisasikan merupakan program episode pertama dengan tema “Ka’bah, sang permata dunia”.

b. Isi Pesan

Isi pesan yang disampaikan pada video ini adalah tentang mengenal Ka’bah. Secara spesifik, video ini menjelaskan tentang awal Ka’bah didirikan, sampai penyerangan Ka’bah menjelang kelahiran Nabi Muhammad SAW.

c. Alur Cerita

Siaran ini menggunakan alur cerita *flashback*. Yaitu dimana ada orang tua (ayah) yang sedang menidurkan putrinya dengan membacakan kisah-kisah islam. Sehingga pesan cerita disampaikan secara naratif.

Script Writing

Video *motion graphic* ini memvisualisasikan siaran yang sudah ada, sehingga cerita dan script yang digunakan menyesuaikan dengan audio. Urutan adegan pada video ini adalah sebagai berikut:

- a. Scene 1. Bumper in
- b. Scene 2. Percakapan antara ayah dan anak di dalam kamar
- c. Scene 3. Judul
- d. Scene 4. Mengetahui Abdul Muthalib
- e. Scene 5. Pendiri Ka’bah

- f. Scene 6. Runtuhnya Ka'bah dan didirikan kembali oleh Nabi Ibrahim dan Nabi Isma'il
- g. Scene 7. Ka'bah dihormati banyak orang
- h. Scene 8. Orang-orang yang membenci Ka'bah, termasuk Abrahah
- i. Scene 9. Kuil Abrahah
- j. Scene 10. Persiapan Abrahah untuk menyerang Ka'bah
- k. Scene 11. Penyerangan Ka'bah
- l. Scene 12. Percakapan ayah dan anak sebagai penutup cerita
- m. Scene 13. Bumper out

NASKAH AYAH BUNDA BERKISAH
Episode 01

Scene 1 (00.00-00.06)
Bumper in
Sound **gub. Tapes Narasi**

Scene 2 (00.06-00.32)

Durasi	Narasi/Dialog
00.11-00.13	Nisa: "Ayah, yuk dimulai kisahnya yah."
00.13-00.27	Ayah: "Hmmm. Sudah enak enak dulu kisahnya ya. Oke. sekarang ayah siakan bukunya dan Nisa siakan untuk siap. terdapat tidurnya ya. Ayo, selanjutnya sudah siap?"
00.27-00.29	Nisa: "siapa dong Ayah?"
00.29-00.32	Ayah: "Oke. kita mulai ceritanya ya"

Scene 3 (00.32- 01.00)

Durasi	Narasi/Dialog
00.32-00.43	(Menampilkan foto Mekkah dan Ka'bah)
00.43-00.53	Cerita kali ini tentang Ka'bah Sang Permata Dunia
00.53-00.57	Sangat kemunculan Nabi kita sudah dekat.
00.57-01.00	Pemimpin Mekkah waktu itu adalah Abdul Muthalib

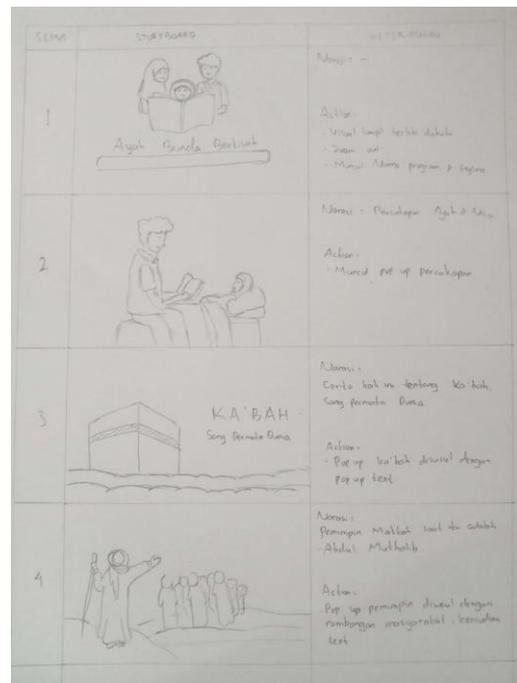
Scene 4 (01.00- 01.53)

Durasi	Narasi/Dialog
01.00-01.17	Ayah: "kayak... bisa tahu tidak siapa Abdul Muthalib?" Nisa: "Tahu dong yah, kan dia bapak Nabi kita." Ayah: "Abdul Muthalib ya bapak Muthalib, bapak Nabi kita."
01.17-01.22	Abdul Muthalib: orang kesucian Nabi Ismail & Is
01.22-01.25	ia sangat mendiami Ka'bah
01.25-01.29	ia akan melakukan apa saja untuk melidunginya
01.30-01.39	ia menjadi tuan rumah yang sangat baik bagi orang-orang yang datang bertawaf atau mengunjungi ka'bah beberapa kali
01.42-01.49	Ka'bah menjadi tempat suci bagi banyak orang karena ka'bah adalah tempat ibadah pertama di dunia ini
01.50-01.53	Ka'bah adalah permata bumi

Gambar 5. Pnggalan Naskah (Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

Storyboard

Naskah yang telah dirancang akan diimplementasikan dalam bentuk *Storyboard*. *Storyboard* ini berisi tentang gambar, durasi, deskripsi gambar, dan keterangan lainnya. *Storyboard* ini dapat digunakan untuk mempermudah proses perancangan secara digital. Berikut adalah contoh *Storyboard* yang telah dibuat:



Gambar 6. Pnggalan Storyboard (Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

Tone Warna

Warna yang dipilih diadaptasi dari tone warna suara muslim, yaitu biru, kuning, dan jingga. Namun terdapat tambahan warna lain untuk memberikan variasi dan menyesuaikan dengan emosi dan pesan yang akan disampaikan. Misalnya ketika cerita berlokasi di Arab, maka warna dominan kuning dan jingga seperti warna padang pasir. Kemudian ketika menceritakan tentang awal mula Ka'bah sebagian besar scene menggunakan warna biru karena cerita masih belum mengalami konflik. Dan ketika scene yang menggambarkan kemarahan Abrahah dan pasukan penyerang Ka'bah, warna yang digunakan dominan berwarna merah karena untuk menunjukkan emosi kemarahan dari abrahah dan konflik yang mulai muncul. Berikut adalah palet warna yang digunakan dalam perancangan *motion graphic*.



Gambar 7. Palet warna
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

Typografi

Jenis huruf yang digunakan pada perancangan ini adalah sans serif. Jenis huruf ini digunakan karena mudah dibaca. Font yang digunakan adalah “Grobold”. Font ini memiliki karakter huruf yang tebal, mudah dibaca, dan cocok untuk anak-anak.

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz
1234567890 . ' - ? " : > <

Gambar 8. Font Grobold
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

4. Prototype

Pada tahap ini, mulai dirancang aset-aset dan elemen-elemen grafis, yang kemudian akan digabungkan dalam proses animasi. Prototype ini berupa visualisasi karakter tokoh, aset objek, lokasi, dan proses animasi.

Aset Karakter

Aset Karakter merupakan subjek yang memerankan adegan atau memerankan seseorang tokoh pada video ini. Pada episode pertama ini ada tiga tokoh yang menonjol, yaitu Ayah, anak bernama Nisa, dan Abrahah sebagai salah satu tokoh di dalam cerita penyerangan Ka’bah.



Gambar 9. Karakter Ayah
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)



Gambar 10. Karakter Nisa
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)



Gambar 11. Karakter Abrahah
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

Aset Objek

Aset objek merupakan aset pelengkap untuk memvisualisasikan konsep video. Aset ini terdiri dari tokoh pendukung, benda-benda, bangunan, lokasi atau tempat, dan lain-lain.



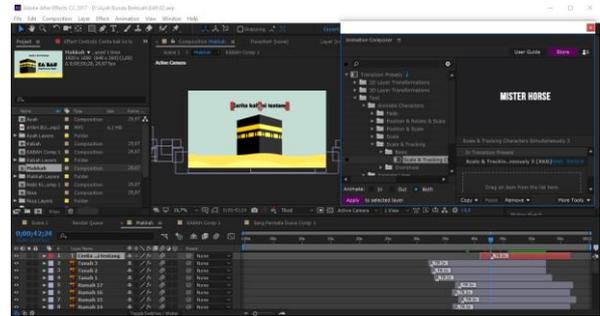
Gambar 12. Aset Objek
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

Proses animasi

Aset yang telah dirancang kemudian akan digabungkan menjadi sebuah video animasi *motion graphic*. Proses animasi yang dirancang menyesuaikan dengan audio, *keyframe*, dan mengubah variable-variabel. Untuk mempermudah proses animasi, perancangan video ini juga menggunakan *animation composer* pada transisi aset dan text.



Gambar 13. Proses Animasi
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)



Gambar 14. Proses animasi menggunakan *animation composes*
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

Produk Final

Hasil akhir pada penggabungan audio dan visual menghasilkan video *motion graphic* dengan durasi 6 menit 41 detik. Berikut adalah beberapa *screenshot* dari video tersebut.



Gambar 15. Produk Final *scene 3*
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)



Gambar 16. Produk Final *scene 4*
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)



Gambar 17. Produk Final *scene 8*
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)



Gambar 18. Produk Final *scene 10*
(Sumber: Dokumentasi Dwi Mei)

5. Test

Video final yang telah dirancang akan divalidasi oleh dua validator. Yaitu validasi visual dan validasi konten. validasi visual dievaluasi oleh Fafi Rohmatillah, salah satu animator Ruang Guru. Evaluasi dari validasi visual disampaikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Tabel Validasi Visual

No.	Aspek	Nilai	Kriteria
1.	Visual (meliputi gambar, icon, dan ilustrasi lainnya)	4	Baik
2.	Readability (Kemudahan dalam membaca dan memahami teks)	3	Cukup
3.	Kualitas gerakan animasi dan transisi	3	Cukup
4.	Pesan yang disampaikan	4	Baik

Terdapat beberapa evaluasi dari Fafi Rohmatillah untuk video ini untuk diperbaiki pada episode selanjutnya. Yaitu pada beberapa scene memiliki text yang terlalu panjang, sehingga dapat membuat audiens bingung antara membaca text atau melihat visualisasinya. Akan lebih baik apabila, text yang muncul hanya text yang penting saja. Evaluasi lainnya terdapat beberapa transisi atau pergantian scene yang terlalu cepat.

Validasi konten dievaluasi oleh leader suaramuslimtv yaitu Bapak Mohammad Nashir. Pada validasi hanya ada revisi terkait text yang ditampilkan pada video. Untuk elemen lainnya tidak ada evaluasi. Selain itu, seluruh masukan terkait evaluasi visual dapat diperbaiki pada selanjutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Radio Suara Muslim merupakan salah satu radio yang terus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Salah satu inovasi dalam mengikuti perkembangan teknologi informasi adalah dengan membuat radio visual. Radio visual ini disiarkan melalui beberapa *platform* yaitu Youtube dan Instagram, sesuai dengan program dan target audiens yang diinginkan. Program “Ayah Bunda Berkisah” merupakan salah satu program siaran radio yang memiliki target audiens berusia 8-12 tahun, akan tetapi sebagian besar pendengar radio berusia diatas 41 tahun. Oleh karena itu untuk mencapai target audiens yang sesuai, program ini perlu ditayangkan pada radio visual.

Penelitian ini dirancang dengan metode *design thinking*. Hasil akhir penelitian ini berupa video *motion graphic* berdurasi 6 menit 42 detik. Video ini telah divalidasi dan telah dipublikasikan di channel YouTube Suaramuslimtv. Terdapat beberapa evaluasi visual pada video ini antara lain, text yang terlalu panjang dan transisi yang terlalu cepat. Oleh karena itu untuk mendapatkan video yang lebih baik, ada beberapa saran yang dapat diperbaiki untuk perancangan episode selanjutnya. Saran yang diberikan antara lain, perlu diperhatikan durasi kecepatan text yang ditampilkan secara visual, dan transisi akan lebih baik juga diperlambat.

REFERENSI

- Afif, Aulia. 2020. "Perancangan Motion Graphic Cerita Rakyat ‘Manangkabau’". Universitas Negeri Padang.
- Betancourt, Michael. 2012. “The History of Motion Graphics from avant-grade to industry in the United States”. Diakses pada tanggal 25 Desember 2020 dari

- <https://www.cinegraphic.net/article.php/20130306203217744>.
- Gallagher, Rebecca., Andrea Moore Paldy. 2007. *Exploring Motion Graphics*. Clifton Park, NY: Thompson Delmar Learning, a Division of Thomson Learning Inc.
- Interaction Design Foundation. Diunduh pada 20 Maret 2021. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>.
- Nielsen. 2017. "Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet Di Indonesia" diunduh pada tanggal 25 Desember 2020, dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>
- Nugraheni, Nur Hastiti Ardhina. 2017. "Efektivitas Radio Picture Radio Republik Indonesia (RRI) Surabaya sebagai Media Konvergensi". Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.
- Plattner, Hasso. "An Introduction to Design Thinking PROCESS GUIDE". Institute of Design at Stanford.
- Rusman, Kurniawan, D. & Riyana, C. (2012). Pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi mengembangkan profesionalitas guru. Jakarta: Raja Grafindo.
- Seputar Pengetahuan. 2020. "Jenis Jenis Video Berdasarkan Tujuan dan Formatnya" diunduh pada tanggal 27 Desember 2020, dari <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2020/07/jenis-jenis-video.html>
- Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta.
- Sukarno, Iman Satriaputra. 2013. "PERANCANGAN MOTION GRAPHIC ILLUSTRATIF MENGENAI MAJAPAHIT UNTUK PEMUDA-PEMUDI". Institut Teknologi Bandung
- Suskarwati, Sri Ulya. 2019. "KOEVOLUSI RADIO BERITA RRI PRO3 PADA PROGRAM INDONESIA MENYAPA". Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Jakarta.
- Wati, Tri Dewi Mei Ira. 2013. "Strategi Penyiaran Program Acara "Semarakata" Di Radio Swara Slenk Fm 92,5mhz". Universitas Muhammadiyah Surakarta.